



ALAMY/MILESTONE

C'È MODO E MODO Esistono studi scientifici volti a migliorare la comunicazione delle cattive notizie: tutti concordano sulla necessità di mitigare la durezza dell'informazione negativa con elementi di contorno positivi. Inoltre è bene separare il contenuto negativo della comunicazione dalla relazione che abbiamo con il destinatario.

Le parole giuste per non far soffrire

Gli psicologi hanno notato che alla domanda “Ho una buona notizia e una cattiva, quale vuoi sapere per prima?” la maggior parte di noi risponde “la cattiva”.

Ma qual è il modo migliore per comunicare una brutta notizia in ufficio o a casa? C'è un metodo scientifico: la tecnica del “panino” *di Andrea Porta*

Ho una notizia buona e una cattiva. Quale vuoi sapere per prima?». La maggioranza chiede di sentirsi dire subito quella brutta. Uno studio dell'Università della California (Usa), pubblicato sul *Personality and Social Psychology Bulletin*, lo conferma: **se siamo i destinatari dell'informazione, preferiamo sapere immediatamente che cosa c'è che non va.** Invece, se siamo noi “gli annunciatori”, tendiamo a fare l'opposto: dare brutte notizie è spiacevole e quindi viene spontaneo esordire con qualcosa di positivo.

Ordine di priorità

La ricerca, condotta da Angela Legg e Kate Sweeny, mostra quindi che l'ordine nel quale comunichiamo i fatti non è indifferente. Lo conferma ad *Airone* Alessandro Lucchini, formatore e autore di saggi di comunicazione, che assieme ai soci Paolo Carmassi e Maddalena Bertello della società di consulenza Palestra della scrittura da tempo tiene corsi di comunicazione rivolti a chi deve quotidianamente dare notizie spiacevoli come, per esempio, i medici. «Dire a un paziente “la sua situazione è critica, ma fortunatamente abbiamo preso in tempo la malattia” ha un impatto ben diverso dalla frase “fortunatamente abbiamo preso in tem-



NUOVI RAPPORTI
Secondo alcuni studiosi, le amicizie più profonde nascono dalla condivisione di brutte notizie.

TIPS

Tre metodologie a confronto per comunicare

✓ Esistono tre modalità con cui possiamo dare una notizia. Solo una di queste, però, è indicata quando dobbiamo riferire qualcosa di spiacevole, senza compromettere il rapporto e provocare eccessiva ansia.

1 Metodo blot (*bottom line on top*, argomento principale all'inizio). **Prima raccontiamo la notizia, poi i dettagli e le conseguenze.**

È il metodo adottato negli articoli di cronaca e negli annunci ufficiali: nei testi informativi, infatti, occorre spiegare subito l'accaduto, mentre le reazioni dei lettori o degli ascoltatori non sono determinanti.

2 Metodo blob (*bottom line on the bottom*, argomento principale alla fine). È l'opposto del precedente: **dopo un ragionamento che procede per gradi si arriva alle logiche conseguenze, cioè alla notizia vera e propria.** È il metodo usato quando si vuole vendere qualcosa: prima si illustrano le necessità dell'acquirente, quindi gli si dimostra che l'unica soluzione è il prodotto che stiamo promuovendo.

3 Metodo blim (*bottom line in the middle*, argomento principale in mezzo). È la tecnica del panino. **Il contenuto della nostra comunicazione è a metà tra un'introduzione e una conclusione:** è questa la modalità migliore per comunicare una cattiva notizia, preceduta e seguita da due buone notizie.



po la malattia, ma la sua situazione è critica», spiega Lucchini. «Anche se il contenuto è lo stesso, **collocare la cattiva notizia all'inizio della frase trasmette speranza, mentre posizionarla alla fine crea preoccupazione**». Anche per Legg e Sweeny, iniziare una comunicazione con una brutta notizia attenua l'ansia del destinatario, pur disincentivandolo a cambiare comportamento. In altre parole, il paziente sarà così felice dell'ottimismo dei medici da ignorare la criticità della situazione.

La strategia del panino

Come fare allora a dire qualcosa di spiacevole? Usiamo una via di mezzo. La illustra lo stesso Lucchini, citando quella che gli esperti di comunicazione chiamano "strategia del panino": «Pensiamo a un sandwich fatto con due fette di pane fresco con dentro mortadella da pochi soldi. Lo addentiamo e nonostante tutto ci sembra buono». Allo stesso modo, per dare una cattiva notizia facciamola precedere e seguire da due buone notizie. Ad esempio, a un candidato a un posto di lavoro che non è stato selezionato si potrebbe dire: «Signor Rossi, lei è un candidato molto preparato (buona notizia). Tuttavia al momento non abbiamo modo di inserire risorse con le sue caratteristiche professionali (cattiva notizia). Quando potremo, ci rivolgeremo senz'altro a lei (buona notizia)». Non sempre però vengono usate queste accortezze: a molti non interessa la reazione emotiva di chi riceve una notizia spiacevole. «Dovremmo invece imparare a tenere separato il contenuto negativo del messaggio dalla relazione con l'altro», avverte Lucchini. Possiamo cioè dire al nostro amico che non lo abbiamo scelto per andare in vacanza insieme a patto di fargli capire che continuiamo a considerarlo un amico. Lo stesso vale anche sul lavoro: «Invece di dire "ha fatto male il suo lavoro"», prosegue il formatore, «un superiore dovrebbe spronare il dipendente dicendogli "va abbastan-

In ospedale vietate le frasi di circostanza

✓ «Il momento in cui medici o forze dell'ordine comunicano una diagnosi infausta o una morte è così drammatico che resta impresso nella mente per anni», dice Luca Pietrantonio, docente di Psicologia delle emergenze all'Università di Bologna. Ma anche in quella di chi dà la notizia: lo ha sottolineato una ricerca su 501 agenti della Polizia municipale di Firenze che ha evidenziato la frustrazione sperimentata dalla mag-

gior parte dei protagonisti. «Non c'è un modo indolore», spiega Daniele Coen, direttore del dipartimento di medicina d'urgenza dell'Ospedale Niguarda di Milano, «anche se esistono studi a riguardo». Negli ospedali americani si fa riferimento a *La comunicazione della diagnosi in caso di malattie gravi* del canadese Roberto Buckman e al protocollo dell'Iova Organization for Victim Assistance. Ecco le indicazioni:

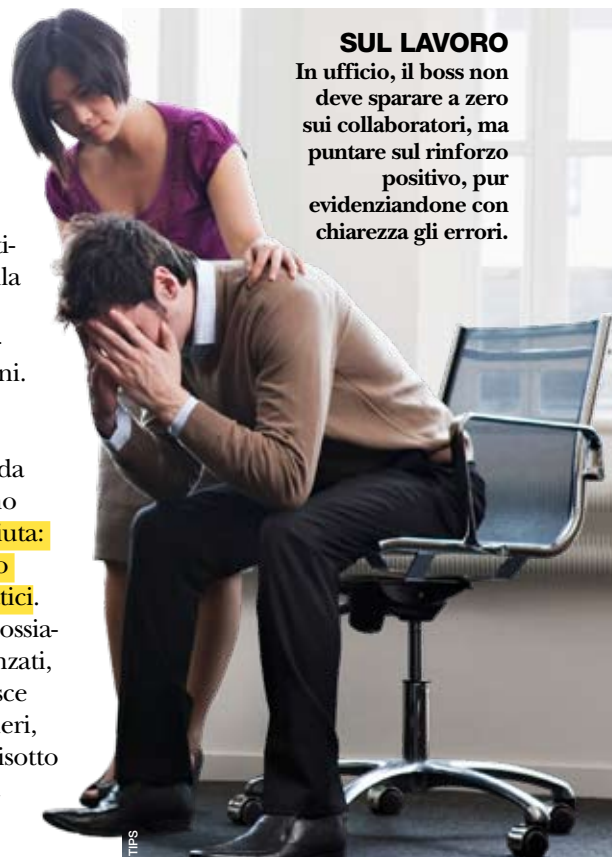
- 1 La notizia va riferita tempestivamente e di persona**, in un locale confortevole e con un tavolo che permetta di appoggiarsi.
- 2 Al colloquio, che è bene iniziare con una domanda del tipo «Se la sente di parlare?»**, **dovrebbero poter partecipare persone di sostegno**: quelle che vuole avere accanto a sé chi è coinvolto.
- 3 È opportuno che a comunicare la notizia siano due operatori**, possibilmente uomo e donna, in divisa (se sono forze dell'ordine) o in camice (se medici).
- 4 La notizia va riferita con un linguaggio essenziale**, ma non brutale, dopo aver posto domande utili a capire quanto la persona immagina già e fino a che punto desidera essere informata.
- 5 Occorre usare un mix di empatia e compassione, senza frasi di circostanza** che apparirebbero fastidiose perché dette da un estraneo.
- 6 Chi comunica la notizia dovrebbe essere pronto a reazioni irrazionali**: rabbia o addirittura violenza.

za bene quel che ha fatto, ma provi a migliorare: in genere siamo soddisfatti di lei».

Salvare l'amicizia

La strategia del panino funziona sempre, a patto di non esagerare con il pane: «Le notizie positive di contorno a quella negativa di un licenziamento, ad esempio, potrebbero apparire odiose», aggiunge Lucchini. Pertanto dire «la licenziamo, però almeno da oggi avrà più tempo libero» è chiaramente da evitare. Certo, in contesti meno drammatici **un po' di ironia aiuta: ad esempio quando dobbiamo dire no, senza renderci antipatici**.

A un invito a cena a cui non possiamo presentarci perché influenzati, ad esempio, Lucchini suggerisce di rispondere con un «Volentieri, potresti però prepararmi un risotto alla Tachipirina?». Diamo una notizia spiacevole, ma l'amicizia è salva.



SUL LAVORO
In ufficio, il boss non deve sparare a zero sui collaboratori, ma puntare sul rinforzo positivo, pur evidenziandone con chiarezza gli errori.